

Prendre sa place pour survivre et affirmer son unicité Le système de loisir public sur la place publique

André Thibault, Directeur de l'Observatoire québécois du loisir

VOLUME 9, NUMÉRO 3 - 2011

Le Forum québécois du loisir, tenu le 1^{er} avril à l'invitation du Conseil québécois du loisir, a abordé le thème du loisir public et associatif sur la place publique, thème hautement stratégique et névralgique dans un monde où plusieurs enjeux sont en compétition pour obtenir l'attention de l'opinion publique et des décideurs et pour être considérés comme significatifs, pour ne pas dire prioritaires dans les attentes des uns et les décisions des autres.

Ce bulletin présente l'essentiel d'un article de l'OQL paru dans la Revue AGORA FORUM (Été 2011, vol.34 #2) qui découle des discussions du Forum et des travaux du comité d'orientation du Forum qui a tenu un séminaire préparatoire avec des experts en communications, relations publiques, médias et lobby.

Il traite des enjeux et des justifications qui amènent le loisir sur la place publique et examine la capacité et les défis du système québécois de loisir public et associatif pour agir activement et avec sagesse sur la place publique.

LES ENJEUX DE L’AFFIRMATION DU LOISIR SUR LA PLACE PUBLIQUE

Dès qu'on aborde la question de l'affirmation du loisir public municipal et local sur la place publique, la promotion des services et des programmes apparaît comme la première mesure à l'esprit des professionnels en loisir. Ce réflexe a été confirmé, d'ailleurs, par les discussions de quelque 300 participants au dernier Forum québécois du loisir. Cette première réaction est tout à fait normale et justifiée dans la mesure où, si la population n'utilisait pas ces services, leur pertinence serait loin d'être acquise et parce que leur promotion est une préoccupation quotidienne.

Toutefois, sur la place publique se jouent plusieurs autres enjeux déterminants pour

l'avenir du système québécois de loisir public et de ses partenaires civils et associatifs. En effet, c'est sur la place publique que se joue le maintien du loisir public par rapport au loisir commercial. C'est sur la place publique que se jouent sa reconnaissance et le recours au loisir public comme instrument de développement des communautés et solution à de nombreux problèmes sociaux et économiques. Enfin, c'est sur la place publique que se joue le renouvellement des ressources humaines, matérielles et financières du loisir public. Pourquoi? Voilà la question à laquelle s'efforce de répondre le présent article.

Au Forum québécois du loisir, les 300 participants ont aussi majoritairement fait savoir que l'affirmation du loisir sur la place publique

posait nettement des défis quant au « comment faire » et aux compétences. Voilà une question qui sera abordée en seconde partie de l'article. Préalablement, il importe de définir et de décrire la place publique pour déjà y entrevoir la place du loisir public et associatif.

QU'EST-CE QUE LA PLACE PUBLIQUE ?

La place publique évoque cet espace matériel ou virtuel qui appartient à tous (non privé), où les citoyens se rencontrent et discutent (agora, médias). S'y forme l'opinion publique qui influence les décisions politiques, et, souvent, colore les priorités de l'administration publique et légitime les besoins des citoyens.

Du parvis de l'église traditionnel à Facebook et Twitter, du parc public aux médias de masse, du centre communautaire au parlement ou à la salle du conseil municipal, des colloques aux tables de concertation, la place publique est le lieu de l'interaction des individus, des associations de la société civile, de l'État, des pouvoirs publics et de leurs institutions, qui y font connaissance, se rencontrent, engagent des débats et peuvent conclure des alliances. La place publique est, selon Habermas, le lieu où s'enracine le geste de « publicité », qui signifie « rendre public ». La place publique est donc formée de multiples lieux.

Spontanément, les médias apparaissent comme les principaux véhicules des opinions et des positions des uns et des autres. Quand les acteurs du loisir parlent de s'affirmer sur la place publique, ils se réfèrent le plus souvent aux

médias et à la meilleure façon d'y être accueilli ou de les utiliser. Pourtant, comme les panelistes au Forum québécois du loisir l'ont souligné, « les médias ne sont finalement que le reflet de la place publique » et refusent généralement de se faire le porte-parole ou la courroie de transmission d'un groupe ou d'un autre. Ce rôle appartient aux publicitaires.

En d'autres termes, il importe que le loisir public s'affirme d'abord **par lui-même** sur la place publique où, soit dit en passant, il est présent plus qu'il n'est porté à la croire. En effet, en créant et animant, avec 500 000 citoyens bénévoles, les parcs, les arénas, les centres communautaires, les pistes cyclables, et en ouvrant les écoles à la population, le loisir public crée des places publiques. Comme le disait Éric Forest, maire de Rimouski et président de l'Union des municipalités du Québec, « le loisir public transforme des collectivités en communautés parce qu'il crée des liens entre les gens ». En somme, le loisir offre une place publique aux citoyens. Malheureusement, le loisir public ne parle pas suffisamment de lui-même en tant que système et de ses enjeux sur ces places publiques qu'il crée et anime. Pourtant, il y a là nécessité.

POURQUOI S'AFFIRMER SUR LA PLACE PUBLIQUE?

GARANTIR L'EXISTENCE DU LOISIR PUBLIC

La première et la plus importante des raisons est, sans doute, l'obligation de justifier en permanence l'existence même du loisir public

auprès de l'opinion publique, et cela souvent en appui aux décideurs. En effet, il est des tendances qu'on ne peut ignorer.

Depuis plusieurs décennies, la pratique de loisir des Québécois et des Québécoises se déroule de plus en plus dans le domaine privé et commercial. Au cours des vingt dernières années, la privatisation de services publics s'est accentuée avec la montée de la droite politique, la raréfaction des fonds publics et la hausse de la dette publique. Dans cette veine, n'ont cessé de naître des arénas, des terrains intérieur de soccer, des piscines et des gymnases privés et commerciaux. Alors, pourquoi continuer à utiliser l'argent public pour soutenir le loisir? La réponse est simple : c'est d'abord un choix de société, comme le choix du caractère public de la santé et de l'éducation.

Ce choix trouve ses fondements dans la reconnaissance par les acteurs publics et la population des bénéfices individuels et surtout collectifs du loisir, et de moins en moins dans l'habitude ou la tradition. Faut-il rappeler que, aux termes de la Loi sur les compétences municipales, les municipalités n'ont aucune obligation d'agir en loisir?

Par ailleurs, les arguments pour le maintien et le renforcement de ce choix de société sont en compétition, dans les municipalités, avec d'autres valeurs comme la sécurité, la santé, la fluidité du transport, la qualité de l'air, la salubrité, et le contrôle des dépenses et des impôts fonciers. Dès lors, il importe d'affirmer et de démontrer de

façon concrète que le loisir public, à certaines conditions, contribue au développement social, économique et culturel des communautés, dont les municipalités.

Parmi ces conditions qui permettent au loisir public de se distinguer du loisir commercial et de contribuer au développement des communautés, il y a l'engagement d'un demi-million de citoyens bénévoles qui, en agissant sur la place publique, créent des liens entre eux, créent du capital social, de la qualité de vie, améliorent le sentiment d'appartenance, deviennent des facteurs d'attractivité des municipalités et combattent l'isolement social. Bref, ils permettent au loisir public de jouer son rôle unique.

Le loisir public n'est pas un simple service à la clientèle, il est une prise en charge par les usagers eux-mêmes de leur propre loisir et du devenir de leur collectivité. Ne devenir qu'un service au client, c'est cesser de se distinguer du loisir commercial et privé. Les bénévoles ne sont pas seulement de la main-d'œuvre, ils sont la communauté en action.

Affirmer cette spécificité du loisir public en valorisant publiquement l'engagement citoyen bénévole et ses bénéfices, c'est affirmer le caractère unique du loisir public. C'est aussi créer les conditions du renouvellement et de la capacité d'attraction du bénévolat en loisir.

DÉVELOPPER LA PLACE DU LOISIR PUBLIC

C'est sur la place publique qu'ont lieu les débats déterminants sur les enjeux économiques, sociaux et culturels de la société et des communautés. Le loisir public sera reconnu et soutenu pour autant que les acteurs du loisir public participeront à ces débats, y concluront des partenariats et y feront valoir la capacité du loisir à jouer un rôle dans les enjeux prioritaires de la société comme la santé, la persévérance aux études, le tourisme, l'occupation dynamique du territoire, l'inclusion sociale et la rétention de la main-d'œuvre, pour ne mentionner que quelques enjeux globaux au Québec. Bref, le loisir public, comme système, doit avoir une personnalité propre sur la place publique et s'y affirmer comme grand partenaire. Sur ce dernier point, les participants au Forum québécois du loisir ont déclaré prioritaire que le loisir public local comme provincial s'affirme comme un tout, comme un système au même titre que le système de santé, le système scolaire ou le système de transport.

Participer aux consultations parlementaires, prendre la parole publiquement dans les médias et ailleurs, intensifier ses relations auprès d'une multitude de ministères, interpeller le réseau de la santé et des services sociaux, ainsi que celui de l'éducation, notamment sur la prévention en matière de santé physique et sociale et sur le rôle bénéfique du partenariat école et communauté dans la réussite scolaire, voilà autant d'activités que le loisir public doit mener sur la place publique pour s'affirmer et obtenir la reconnaissance de la société québécoise. Et,

pourquoi pas, diversifier ses sources de financement.

ASSURER LE SOUTIEN POLITIQUE AUX INVESTISSEMENTS MAJEURS REQUIS EN LOISIR PUBLIC

Au cours des prochaines années, des investissements majeurs seront requis pour renouveler les infrastructures vieillissantes, pour développer celles qui permettront de répondre aux besoins nouveaux des personnes âgées et des familles, et pour adapter la programmation à la croissance de la pratique libre. Sur la place publique, ces investissements doivent obtenir l'appui de la population et des partenaires (scolaires et autres) de la municipalité pour que les décideurs en fassent une priorité parmi les multiples autres investissements requis. Aujourd'hui, il n'est pas rare qu'il faille mobiliser et consulter l'opinion publique et les citoyens pour que la collectivité accepte des investissements d'envergure. Or, mobiliser et consulter, c'est agir sur la place publique.

Bref, l'existence, la reconnaissance et le développement du loisir public et associatif dépendent largement de sa capacité d'investir stratégiquement la place publique de multiples façons. Pourtant, il n'est pas acquis que les acteurs du loisir public aient conscience et se sentent habilités à affirmer le loisir sur la place publique autrement que pour la promotion des services offerts. Il y a donc des défis à relever et des compétences à acquérir.

DES FAIBLESSES À SURMONTER

Les participants au Forum québécois du loisir ont reconnu trois faiblesses qu'il importe de surmonter pour affirmer le loisir public et associatif sur la place publique.

1. La carence de compétences et d'outils des organisations et de leurs acteurs en matière de relations publiques, de relations médias et de promotion.
2. La faible conscience des acteurs qu'ils font partie d'un ensemble interdépendant qui se nomme le système québécois du loisir public et associatif, et son corollaire, la difficulté d'établir une stratégie commune de présence sur la place publique.
3. La difficulté de trouver les mots pour parler du loisir public de façon efficace sur la place publique, alors que la notion même du loisir reste nébuleuse.

À ces carences, faut-il ajouter que les exigences de la production quotidienne occultent fréquemment les enjeux stratégiques et cruciaux qui pèsent sur le système de loisir, et affaiblissent l'urgence d'être présent sur la place publique autrement que pour la promotion des services?

Ces défis ouvrent un chantier de taille autant en gestion du système de loisir public qu'en formation de la relève. Ce chantier devrait s'imposer à l'agenda des organisations locales et nationales.

Dans ces domaines toutefois, le système de loisir public ne part pas complètement démuné. Il possède des acquis sur lesquels il peut construire pour atténuer ses faiblesses.

DES ACQUIS À EXPLOITER, DES PISTES À EXPLORER

S'AFFIRMER D'ABORD AUPRÈS DE NOTRE PUBLIC

Comme on le mentionnait au début de cet article, le système public de loisir est déjà présent sur la place publique, ne serait-ce que via les places publiques qu'il anime par ses services et ses infrastructures. Il lui reste toutefois, à rendre sa présence visible et à rendre visible celle des 500 000 bénévoles. Tout se passe comme si on *ne signait pas* ses réalisations et sa présence.

Signer sa présence, c'est un premier pas pour l'affirmer. Combien d'aré纳斯 ne portent pas la signature du Service municipal de loisir? Combien de centres communautaires de loisir n'affichent pas la photo de leur conseil d'administration? Très souvent on donne plus de visibilité à des commanditaires mineurs qu'à l'organisation responsable d'un événement ou d'une installation. Bref, sachons d'abord agir localement auprès de « notre » public.

Signons notre présence, engageons le dialogue avec nos usagers, mettons en évidence nos partenariats, particulièrement avec les bénévoles. Cette affirmation auprès de notre public constitue les assises de l'affirmation du loisir public dans l'ensemble de la société.

PROMOUVOIR NOTRE CONTRIBUTION À LA COMMUNAUTÉ

Au cours des deux dernières décennies, les bénéfices du loisir auprès des individus ont été largement identifiés et diffusés, mais il importe maintenant de faire de même pour les bénéfices collectifs qui justifient le soutien et le financement du loisir public à même les impôts des citoyens.

Concrètement, cette affirmation s'est manifestée au cours des dernières années dans des partenariats avec les milieux scolaires, ceux de la santé et des services sociaux, ceux du développement économique et touristique, et avec d'autres services municipaux qui ont reconnu la capacité de mobilisation du système de loisir public québécois. Cette mobilisation, a-t-on admis, développe l'appartenance et l'engagement, stimule la fierté et active la solidarité des citoyens d'une ville.

Quand on confie au service de loisir l'élaboration de politiques de la famille ou des aînés, un rôle dans l'application de mesures d'urgence ou le soutien à un événement touristique-récréatif, on lui reconnaît, parmi tous les autres services municipaux, la capacité unique de faire d'une collectivité une communauté. Par ailleurs, quand on confie le travail de rue et la maison de jeunes au service de loisir, on lui reconnaît une capacité d'intégration de la jeunesse à la communauté, et souvent, en guise d'effet collatéral, une capacité de facilitateur de la persévérance aux études. Ces exemples illustrent comment les partenaires

sociaux du système de loisir lui reconnaissent dans les faits une utilité sociale.

Il reste maintenant à affirmer cette capacité et cette expertise en participant à part entière aux débats publics sur ces questions.

Sous-jacentes à cette attitude et à ces gestes, il y a la conscience de l'importance du loisir public dans les enjeux actuels du Québec et des municipalités, et la capacité des professionnels en loisir d'argumenter et de proposer cette expertise.

DÉVELOPPER UNE EXPERTISE EN COMMUNICATION STRATÉGIQUE

Pour ce faire, les maisons d'enseignement et de formation des professionnels en loisir doivent doter les étudiants de compétences leur permettant de comprendre l'univers de la communication, de la promotion et des relations publiques suffisamment pour devenir des clients avertis et efficaces des experts dans ces domaines.

Nous ne pouvons plus improviser dans un domaine aussi complexe, compétitif et en pleine mutation. L'ère de Facebook, de la convergence des médias, de l'iPhone et des lobbyistes professionnels ne tolère plus le bricolage. Elle exige qu'on sache définir des objectifs et des résultats attendus des experts.

Enfin, il est de plus en plus évident que pour être efficace, il faut savoir fixer des cibles stratégiques sur la place publique, définir ses interlocuteurs,

cerner les résultats et les effets recherchés par telle ou telle action d'affirmation ou de prise de parole sur la place publique.

QUELQUES CONSEILS D'EXPERTS

Au cours du processus de préparation du Forum québécois du loisir, plusieurs types de spécialistes ont été consultés lors d'un séminaire préparatoire. Voici en vrac certains commentaires qu'ils ont exprimés et quelques conseils qu'ils prodiguent au monde du loisir public et associatif :

- La place publique est inondée de communications et les individus saturés d'informations, bref la compétition est féroce.
- Il faut un message court, limpide, imagé et populaire.
- Il faut parler fort pour être entendu.
- Il faut que le loisir public et associatif parle d'une seule voix.
- La place publique est composée de plusieurs acteurs aux sensibilités et aux intérêts diversifiés.
- La place publique doit être abordée comme un lieu d'échange et non pas seulement comme un grand babillard : les acteurs s'y promènent pour se faire voir, pour établir des liens, en somme parce qu'ils ont besoin des autres...
- Pour réussir, il faut connaître les habitudes, les façons d'entrer en relation et les règles des acteurs de la place publique : il n'y a pas d'improvisation ni de recettes magiques.
- Ne restons pas seuls, développons des partenariats et participons à des réseaux.
- De plus en plus, la place publique vogue au fil des enjeux et des débats du moment.
- Une veille stratégique des enjeux, des mouvements et des réactions à notre action est essentielle dans ce contexte.
- Les personnes s'intéressent principalement à ce qui a des retombées pour elles et pour leurs proches. Elles sont particulièrement sensibles à la dimension émotive, humaine de l'information, aux drames, à la controverse et aux exploits.